

THE INFLUENCE OF PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE AND TRUST TOWARD REPURCHASE INTENTION OF E-TICKET IN PONTIANAK

Wendy Suhendry (B11211014) ¹
Magister Manajemen, Universitas Tanjungpura

ABSTRAK

Pada saat ini hampir semua maskapai penerbangan di Indonesia memberikan kemudahan kepada konsumennya dengan menjual E-ticket. Dengan sistim ini, maka konsumen dapat melakukan reservasi/booking sendiri kepada airline yang dikehendakinya secara online melalui internet. Dalam membeli e-ticket, seorang konsumen harus mempunyai rasa trust terhadap situs yang akan digunakan. Hal itu menjadi masalah bagi masyarakat Indonesia karena payung hukum dalam hal e-commerce (transaksi secara online) masih belum jelas. Selain trust, seorang konsumen juga harus dapat merasakan manfaat dan kemudahan dalam pembelian e-ticket. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Trust terhadap Repurchase Intention of E-Ticket di Pontianak secara simultan dan parsial. Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas (Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Trust) dan variabel terikat (Repurchase Intention). Data diperoleh dari hasil kuesioner dan kemudian diolah menggunakan program SPSS. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa perceived usefulness, perceived ease of use, dan trust secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap repurchase intention. Secara parsial perceived usefulness dan trust tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap repurchase intention. Sedangkan perceived ease of use mempunyai pengaruh signifikan terhadap repurchase intention.

Kata Kunci : E-Ticket, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Repurchase Intention

¹ Jl. Jend. Urip, Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia. Email: wendyalph4@yahoo.com